

Factors That Influence Consumer Satisfaction Using Seven One Hotel Lodging Manna South Bengkulu

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Menggunakan Penginapan Hotel Seven One Manna Bengkulu Selatan

M. Sendika Martha Dwi Putra ¹⁾; Siti Hanila²⁾; Zoniarti²⁾
^{1,2,3)}, Universitas Dehasen Bengkulu
Email: ¹⁾ Sitihanila@gmail.com

How to Cite :

Putra D.M.S.M., Hanila. S., Zoniarti. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Menggunakan Penginapan Hotel Seven One Manan Bengkulu Selatan. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 7 (1). DOI: <https://doi.org/10.62820/trt.v7i1>

ARTICLE HISTORY

Received [29 Mei 2024]

Revised [10 Juli 2024]

Accepted [20 Juli 2024]

KEYWORDS

Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, uji realibilitas, analisis Regresi Linear Berganda, Kofesien Determensi dan uji hipotesis menggunakan uji t. Jumlah sampel yang diteliti 62 orang Pengunjung yang dating ke Hotel Seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Hasil Analisis regresi linear berganda tersebut adalah $Y = 5,805 + 0,160 X1 + 0,338 X2 + 0,148 X3 + 0,073 X4 + 0,181 X4$, hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2) dan daya Tanggap (X3), Jaminan (x4), empati (X5) terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y) di Hotel Seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Besarnya nilai koefisien determinasi dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar 0,961. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square sebesar 0,961. Hal ini berarti bahwa nilai bukti fisik (X1), keandalan (X2) dan daya Tanggap (X3), Jaminan (x4), empati (X5) terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen (Y) sebesar 96,1% sedangkan sisanya 3,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara partial variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y di Hotel Seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

ABSTRACT

Marketing activities are crucial for the hospitality industry, as hotels provide complex services and facilities available 24 hours a day. Hotels support business travelers and tourists in need of accommodation, food, drinks, and entertainment during their stays. This research employs a quantitative approach, utilizing methods such as Validity Testing, Reliability Testing, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, and hypothesis testing through t-test. The study involved 62 visitors to Hotel Seven One in South Manna, South Bengkulu. The Multiple Linear Regression Analysis results in the equation $Y = 5.805 + 0.160 X_1 + 0.338 X_2 + 0.148 X_3 + 0.073 X_4 + 0.181 X_5$, indicating a positive regression direction. The physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) factors have a positive influence on customer satisfaction (Y) at Hotel Seven One in Manna, South Bengkulu. The coefficient of determination value, calculated using SPSS, is R-squared at 0.961. This suggests that the physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) collectively influence customer satisfaction (Y) by 96.1%, with the remaining 3.9% affected by unexamined variables. The t-test results at a significance level of 0.05 show that individual X variables significantly impact Y at Hotel Seven One in Manna, South Bengkulu.

PENDAHULUAN

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata. Kepuasan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara bukti fisik dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible. (Kotler dan Keller, 2016:25) Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini disebabkan konsumen yang datang ke Hotel seven one mempunyai motivasi atau pendorong yang berbeda dalam memanfaatkan bukti fisik jasa yang ditawarkan apakah menyewa kamar, memanfaatkan fasilitas yang ada seperti fasilitas rapat, hiburan dan lainnya, keistimewaan-keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak Hotel nantinya akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasanya. Sebab kalau pelanggan tidak puas mereka akan menyikapi dengan meninggalkan perusahaan dan beralih menjadi pelanggan pihak pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan laba dan pada akhirnya akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Di kota Manna Bengkulu Selatan terdapat beberapa hotel. Salah satunya adalah hotel Hotel Seven One Manna Bengkulu Selatan. Hotel Seven One memiliki berbagai jenis kamar yang ada yaitu, Superior, Deluxe, Super Deluxe, Executive Deluxe, Junior Suite, Lobby Suite, Family Suite, dan Hill Suite ne adalah Hotel berkelas yang bersih,

aman. Resto-Meeting Room. yang berada di pusat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan yaitu di Jl. Ahmad Yani No.36 Manna Bengkulu Selatan.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Menurut Tjiptono (2016:63), manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan bukti fisik, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Sedangkan menurut Assauri (2018:12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kepuasan Konsumen

Menurut danang sunyoto (2015:140). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu bukti fisik, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan bukti fisik tersebut

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:23) dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2014:81) berpendapat sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representative (dapat mewakili).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Dari beberapa penelitian yang dilakukan maka dapat dilihat bahwa Bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan dengan nilai Berdasarkan

analisis dengan menggunakan SPSS 23.0. Hasil pengujian analisis regresi berganda, uji determinasi dan uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil analisis regresi linear berganda, uji determinasi dan uji hipotesis

Variabel	Nilai Koef	Standard Error	R Square	Sig.	Keterangan
Persamaan : $Y = 5,805 + 0,160 X_1 + 0,338X_2 + 0,148X_3 + 0,073 X_4 + 0,181 X_4$					
Bukti fisik	0,160	0,017		0,028	Signifikan
Keandalan	0,338	0,025		0,001	Signifikan
Daya tanggap	0,148	0,020		0,017	Signifikan
Jaminan	0,073	0,028		0,036	Signifikan
Empati	0,181	0,027			
Uji F				0,000	Signifikan
Determinasi			0,961		96,1 %

Pengaruh Bukti fisik Terhadap Kepuasan konsumen.

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi antara Bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Hotel seven One Manna kabupaten Bengkulu selatan, karena Hasil pengujian untuk variabel Bukti fisik menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini Bukti fisik memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna kabupaten Bengkulu Selatan. Hal ini terlihat bahwa Bukti fisik sangat mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Maka Kepala Hotel seven One Manna Bengkulu selatan tetap mempertahankan kualitas Kepuasan konsumen sehingga kualitas pegawai untuk bekerja lebih giat lagi serta mempertahankan kepuasan konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia, A., & Rusli, Z, 2017 yang meyakini bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ada RSUD Arifin Ahmad Pekan Baru dengan nilai determinasi sebesar 62,1%. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Winarno, 2019 yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Indo Tama di Kec. Winong Kab. Pati.

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji t dan uji F variabel Keandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian untuk variabel Keandalan pada uji partial (t) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi Keandalan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan. Hasil penelitian yang telah dipaparkan tersebut diketahui bahwa Keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, berdasarkan nilai koefisien regresi sebesar 0,961 dapat dipahami bahwa variabel Keandalan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, semakin tinggi pengaruh variabel Keandalan yang ada, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Meskipun Keandalan memiliki hubungan yang positif, tetapi diketahui bahwa Keandalan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini disebabkan karena beberapa variabel bebas merupakan variabel yang berpengaruh terhadap Keandalan menjadi suatu pertimbangan berat bagi konsumen untuk menginap di Hotel seven One Manna. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Samsir tahun 2020 yang menyatakan bahwa Hasil hipotesis uji F menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti variabel bebas (Keandalan dan Daya Tanggap) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen).

Pengaruh Daya tanggap Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji uji t dan uji F variabel daya tanggap memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian untuk variabel daya tanggap pada uji partial (t) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi daya tanggap lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan. Hasil penelitian yang telah dipaparkan tersebut diketahui bahwa daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, berdasarkan nilai koefisien regresi sebesar 0,961 dapat dipahami bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, Hotel seven One harus memiliki daya tanggap yang strategis sehingga mudah dijangkau konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Khomeiny Yunior tahun 2015 yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suriatma Mahkota Kencana dengan nilai determinasi sebesar 0,837 hal ini berarti kepuasan pelanggan sebesar 83,7% dipengaruhi oleh daya tanggap.

Pengaruh jaminan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji uji t dan uji F variabel jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian untuk variabel jaminan pada uji partial (t) menunjukkan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Karena nilai signifikansi jaminan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan. Banyak Hotel seven One melakukan jaminan maka semakin banyak pula konsumen yang datang berkunjung untuk menginap. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiawan dan ferawati tahun 2018 yang menyatakan hasil penelitian jaminan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BJP cabang Bogor. Sejalan dengan penelitian Afini Amalia, dkk tahun 2016 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan hasil penelitian bahwa jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pasien BPJS yang ada di RSUD Arifin Ahmad Pekanbaru dengan nilai r square sebesar 0,612.

Pengaruh empati Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji uji t dan uji F variabel empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian untuk variabel empati pada uji partial (t) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi empati lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan. Penelitian yang dilakukan oleh Ganang Setianto tahun 2017, hasil penelitian menyatakan bahwa pengujian intervening diperoleh nilai total pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung, yaitu bukti fisik sebesar $0,452 > 0,408$, dan empati sebesar $0,461 > 0,315$. Hal ini membuktikan hipotesis baik secara langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini semua diterima. Simpulannya semakin baik dan tinggi bukti fisik dan empati maka semakin meningkat kepuasan konsumen yang dapat berdampak pada brand loyalitas konsumen.

Pengaruh Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, jaminan dan empati Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian Bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan hal ini terlihat bahwa variabel Bukti fisik, Keandalan, daya tanggap dan jaminan serta empati memiliki hasil signifikan yaitu 0.000, 0.000, 0.000, 0,011 dan 0.000. Selanjutnya nilai koefisien Bukti fisik, Keandalan, daya tanggap, dan jaminan serta empati sebesar 0,961 dapat dipahami bahwa variabel X memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y) di Hotel seven One Manna Kabupaten Bengkulu Selatan sebesar 96,1 % sisanya 3,9% variabel yang tidak diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Afni dkk tahun 2016 yang menyatakan bahwa variabel bukti

fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan Pasien pada rumah sakit umum daerah Pekan Baru. Hasil deskripsi variabel bukti fisik menunjukkan indikator-indikator pembentuk variabel laten mempunyai range skor ke empat atau dikategorikan baik/ puas, berbeda dengan hasil deskripsi variabel keandalan dan jaminan yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten mempunyai range skor ke tiga atau dikategorikan cukup baik atau cukup puas .

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Hotel seven One Manna kabupaten Bengkulu Selatan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Hasil pengujian untuk variabel Bukti fisik (X1) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Bukti fisik memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan.
2. Hasil pengujian untuk variabel Keandalan (X2) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi Keandalan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan.

Hasil pengujian untuk variabel daya tanggap (X3) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi daya tanggap lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel seven One Manna Bengkulu Selatan

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, M., dkk 2023. Factors Affecting Consumer Interest In Purchasing Decisions At Sentral Cell
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajemnt*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan:(Studi Kasus Kualitas Pelayanan di Hotel X Surabaya*. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 2(2), 132-147.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction edisi 3* ,Yogyakarta: Andi.
- Pratiwi, N. P. L., & Seminari, N. K. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan & Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 1422–1433.
- Pramata, A. S., Susena, K. C., & Damarsiwi, E. P. M. 2023. *The Effect Of Customer Experience And Customer Satisfaction On Interest In Using Hotel Services Grand Seven One Manna*. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 3(2), 249-256)